

QUESTIONÁRIO DE ANÁLISE DE MERCADO - USABILIDADE DE INTERFACES

Instruções para preenchimento:

- Primeiramente estude a cartilha de usabilidade do Governo Federal que é uma coletânea das principais publicações de usabilidade, e será de grande auxílio na justificação dos itens deste questionário;
<http://epwg.governoeletronico.gov.br/cartilha-usabilidade>
- Defina quem serão os integrantes do seu grupo, com no mínimo três e máximo seis alunos (esse grupo deverá ser o mesmo para a disciplina de JAVA);
- O grupo deverá entregar ao professor seis questionários preenchidos e devidamente analisados, contendo três concorrentes indiretos e mais três concorrentes diretos;
- Defina qual será o tipo de sistema que irão desenvolver para este semestre (Ex. sistema para gerenciamento de pizzaria e etc.);
- Assinale qual será o sistema que será analisado no questionário (sistema do seu cliente, do concorrente direto ou indireto);
- Lembre-se que **cada integrante do grupo** deve aplicar este questionário a **um concorrente indireto ou a um concorrente direto** assim teremos no total, seis questionários para que vocês possam conhecer os prós e os contras, surgindo assim oportunidades para a implementação desse sistema.
- **Evite resposta apenas com SIM ou NÃO. Deixe sugestões construtivas e coesas.**

Observação: Significado da palavra concorrente

adj. e s.m. e f. Que ou quem converge para um mesmo ponto, um mesmo fim.

Candidato, indivíduo que, com outros, pleiteia o mesmo lugar, cargo, posto; competidor.

Concorrente direto: é o sistema ou site que faz a mesma função que o seu, comercializa o mesmo produto ou serviço.

Ex: Um sistema de uma pizzeria tem como objetivo gerenciar os pedidos e entregar as pizzas para os clientes. Todas as pizzarias da região seriam seus concorrentes diretos, pois todos vendem pizzas e devem possuir algum sistema que gerencie os pedidos.

Concorrente indireto: São sistemas ou sites que comercializam outro produto/ serviço, ou que possui um serviço/ produto parecido com o seu, porém este produto/ serviço é diferente do seu.

Ex: Esfiharia ou uma lanchonete comercializa um produto diferente do seu, mas possui um sistema para gerenciamento das entregas.

Mapa de Navegação: Ao contrário do mapa do site, o mapa de navegação não fica disponível na página, quer dizer, o internauta não irá visualizar esta informação. Sua função é especificamente de auxiliar o profissional especializado em usabilidade ou o arquiteto de informação a elaborar o estudo de navegação, geralmente esses estudos são compostos por diagramas, que devem detalhar como será a navegação entre as telas, quais serão as tarefas e os passos específicos a serem desenvolvidos. Neste tipo de diagrama não pode haver sobre hipótese alguma desenhos e/ ou elementos da interface como: campos, botões, caixas e etc.

Saiba mais:

Como mais sobre como construir mapas de navegação em <http://iainstitute.org/pt/translations/000332.html>

Baixe o *template* com os diagramas http://www.jjg.net/ia/visvocab/garrett_ia_ppt.zip

REFERÊNCIAS

Padrões Web em Governo Eletrônico : Cartilha de Usabilidade / Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação - Brasília : Disponível em : <<http://www.governoeletronico.gov.br/acoes-e-projetos/padroes-brasil-e-gov/cartilha-de-usabilidade>>

NIELSEN, Jakob. *Alertbox: Site Map Usability*. Disponível em :<<http://www.nngroup.com/articles/site-map-usability>> Acesso:09/03/2013.

GARRET, Jesse James. *A visual vocabulary for describing information architecture and interaction design*. Disponível em : <<http://www.jjg.net/ia/visvocab/>> Acesso em 09/03/2013.

QUESTIONÁRIO DE ANÁLISE DE MERCADO - USABILIDADE DE INTERFACES

Assinale se este website/ sistema é do seu cliente [] ou do concorrente direto [X] ou do concorrente indireto []

Nome do aluno: Sidnei Glasman		RA: 1711201043	
	Questões	Resposta	<div>Justifique sua resposta explicando o porquê do ponto positivo ou do negativo?</div> <div>Em caso negativo, fazer sugestão de melhoria.</div>
1a	Qual a url do sistema web analisado? (preencha só se o sistema for web)	http://www.locaweb.com.br/produtos/marcadata.html Observação: Por se tratar de um portal muito grande, estou tratando aqui, o site referente ao produto específico da LocaWeb que concorre diretamente com o MarcaPasso	
1b	Qual o nome do sistema?	MarcaData	
1c	Quem é o desenvolvedor deste sistema?	Locaweb	
2	Baseado na sua primeira impressão, qual seria o objetivo do sistema (identidade e missão do sistema)?	O MarcaData é um agendador de compromissos online	
3	O objetivo do sistema fica claro logo que abrimos a página principal ou temos que “procurar” (leia-se pensar) sobre o que o sistema quer tratar?	Ao abrir, simplesmente não fica claro, mas ao ler a primeira frase, sim.	Apesar de claro, devemos ler o título em destaque para sabermos do que se trata
4	Quem é o público alvo deste sistema? (baseado nos conteúdos e na utilização, tente fazer uma descrição detalhada... idade, sexo, classe social, experiência, o que busca neste sistema, etc)	Profissionais liberais, clínicas, escritórios de advocacia	
5	O sistema “roda” em qualquer equipamento ou há alguma necessidade especial (configuração, software, equipamento, etc.) para que ele funcione corretamente?	Pelas especificações do desenvolvedor, o sistema roda em qualquer equipamento que tenha acesso a Internet. A única configuração necessária é o cadastramento de prestadores e de serviços	

6	O conteúdo total disponibilizado pelo sistema condiz (“bate”) com o objetivo geral que o sistema pretende alcançar ou há algum material que parece “deslocado”?	O conteúdo bate perfeitamente, oferecendo uma agenda completa		Após da dobra há uma sessão denominada O que o MarcaData Faz. A meu ver esta seção mereceria mais destaque e deveria estar antes de salientar a facilidade do uso
7	Os itens que nos chamam mais a atenção na interface (imagens, textos, animações) estão relacionados diretamente com o objetivo do sistema ou os itens que estão em destaque podem confundir o usuário?	Estamos falando da interface de venda, pois a agenda em si não está disponibilizada. A interface de venda atinge seu objetivo que é apresentar o produto. Os desenhos condizem com o produto, mas o que torna claro realmente o seu objetivo é o texto em destaque.		Apesar de atender a este quesito, vale ler a observação do item anterior
8	O conteúdo mais importante do sistema está antes da “dobra” da interface?	Sim o conteúdo mais relevante está antes da dobra, pois faz a apresentação do produto		
9	As informações estão distribuídas/agrupadas em uma estrutura e hierarquia que permite a identificação e/ou a sugestão do que é mais importante em detrimento a conteúdos que, mesmo estando de acordo com o objetivo do sistema, podem ser classificados como menos importantes apenas pela posição em que foram colocados?	Há uma política de destaque do que é o produto, antes da dobra, sendo que após esta há um passo-a-passo de 4 itens que demonstra a facilidade para configurar a agenda. Além disto, antes da dobra há três abas: 1) conheça que é a página onde caímos ao acessar. 2) Planos, onde são exemplificados os planos e seus preços e limitações 3) Dúvidas, onde há as perguntas mais frequentes e suas respostas.		Abaixo da dobra, a meu ver o destaque sobre a utilização do MarcaData deveria vir depois do slide-show onde são demonstradas as funcionalidades do produto
10	No design do sistema os elementos da página estão distribuídos de forma a se complementarem? (observar o equilíbrio e a proporção entre os elementos gráficos e textuais)	Por ser uma página estritamente técnica não há riqueza em elementos gráficos, e há equilíbrio entre os elementos, prevalecendo o branco do fundo	Os detalhes ilustrativos não são apresentados em slide-show que apresenta as funcionalidades do produto	

11	Pela a interface é fácil identificar a diferença entre o que o usuário pode encontrar no sistema (conteúdos) e o que Ele pode fazer no sistema (serviços)?	Há destaque para os serviços	Me parece correto, pois o produto é um serviço	
12	O design criado e as tecnologias utilizadas na realização do sistema condizem com o objetivo e com os conteúdos? Em caso negativo o que poderia ser mudado, melhorado ou implementado?			Observações 3, 6 e 9 resumem o que poderia melhorar.
13	Há atrativos na home ou nas seções do sistema? (assim como a capa de uma revista a home page deve atrair com dicas das “coisas boas” que posso encontrar ou deixar na página principal as informação mais acessadas no sistema)	Sim, há atrativos, mas não muito destacados antes da dobra		O slide-show o que o MarcaData faz, merece mais destaque.
14	Na página principal há uma seção de Conteúdo Temporário? (Se o sucesso do sistema depende de nossos retornos, a home provavelmente precisa ter algum conteúdo que seja atualizado frequentemente)	A alguns depoimentos de clientes , mas não sei se estes conteúdos sofrem alterações.		
15	Pela organização e separação dos conteúdos, as seções das páginas estão fáceis de localizar e identificar (subjetivamente)?	Sim, é possível identificar intuitivamente as seções		
16	Os elementos que foram colocados nas seções estão relacionados logicamente ou os materiais de um mesmo “grupo” estão misturados fazendo com que o usuário se confunda? (Proximidade e alinhamento – elementos que pertençam a um mesmo grupo devem estar próximos)	Há uma separação visual bem implementada.	Na 1ª seção é explicado o que o produto, com destaque no título. Na 2ª seção há um passo-a-passo com elementos gráficos parecidos (repetição) Na 3ª seção (?) há a descrição das funcionalidades do produto, com identidade criada a partir de um slide-show Na 4ª seção há a descrição de cases de clientes com uma separação física através de uma linha horizontal(destaque) Na 5ª seção há a introdução às dúvidas através de uma pergunta	Na 5ª seção há a introdução noas dúvidas através de uma pergunta, MAS há uma aba específica para dúvidas; portanto a 5ª seção me parece desnecessária.
17	A interface é simétrica?	Há uma simetria de peso, conforme o peso da informação maior o seu espaço ocupado		
18	Os contrastes foram bem utilizados e chamam a atenção ou	Os constrastes estão balanceados apesar do item que		O título da terceira poderia ser maior e começar com

	confundem o usuário? Por quê?	repetidamente venho reclamando nesta análise. O destaque dado às funcionalidades fere um pouco ao olhar		Tipo maior “O que o MarcaData faz?”
19	No design do sistema os espaços em branco que separam os conteúdos foram bem utilizados? (Eles ajudam a identificar as seções e/ou separar conteúdos)?	Sim a utilização dos espaços está boa, mas poderia melhorar		Há utilização de linhas horizontais como coadjuvantes na separação.
20	A navegação do sistema é persistente? (Ordem, consistência e repetição – você tem toda a liberdade para criar as regras, mas deve segui-las)	A navegação atende aos padrões. Está simples, mas funcional. Todas as abas repetem o mesmo menu de navegação.		
21	Os textos do sistema estão legíveis?	Sim a legibilidade é boa		Não há um link específico para a compra do produto, mesmo na aba de planos. Talvez não esteja tão claro que ao fazer um teste de 15 dias se está abrindo a possibilidade da compra.
22	Os textos estão alinhados e formatados de forma correta?	Sim, prevalece o alinhamento à esquerda		
23	Há no sistema o uso de termos incompreensíveis ou que são específicos de uma determinada área? (jargões técnicos, termos em inglês ou em outra língua, etc?)	Não há menção a este tipo de vocabulário		
24	O conteúdo de cada página foi organizado de forma a diminuir a poluição visual? Em caso negativo o que poderia ser feito para que a interface ficasse menos poluída?	Não identifiquei poluição		
25	Há identificação do sistema em todas as páginas? (Que sistema é este? Logo no canto esquerdo superior, slogan...).	Sim existe esta identificação. Como se trata de um produto da Locaweb, no topo sempre está disponível à esquerda e em destaque vermelho o logo desta empresa. Além disto, as páginas referentes ao produto (abas 1, 2 e 3) repetem todo o topo, inclusive o menu das abas		
26	A identificação do sistema permanece no mesmo lugar quando navegamos ou ela muda de lugar (ou mesmo desaparece)?	Como se trata de um produto da Locaweb, no topo sempre está disponível à esquerda e em		

		destaque vermelho o logo desta empresa. Além disto, as páginas referentes ao produto (abas 1, 2 e 3) repetem todo o topo, inclusive o menu das abas		
27	Quando saio da página principal há uma identificação da seção que entrei? (Em que página estou? nome da página)	A cada entrada em uma aba, esta aba fica destacada		
28	As seções principais estão bem destacadas?	Sim estas seções estão bem destacadas, em se falando já do produto MarcaData		
29	A identificação das seções principais permanece no mesmo lugar quando navegamos ou ela muda de lugar (ou mesmo desaparece)? (Quais são as seções principais do sistema?)	As seções permanecem no local e já foram identificadas no item 16 desta análise		
30	Quando entro em uma nova seção do sistema encontro a identificação da navegação local? (Quais são minhas opções neste nível? (subseções).	Sim a identificação das seções é clara. Não há muitas opções de navegação		
31	O sistema coloca estas subseções sempre no mesmo lugar ou elas mudam ou mesmo desaparecem quando mudo de página?	As seções principais referentes ao desenvolvedor do produto LocaWeb sempre estão visíveis no mesmo local. O mesmo ocorre com relação às páginas do produto, abas 1, 2 e 3.		
32	O sistema me mostra onde estou no esquema das coisas? (indicadores “Você está aqui” <i>Breadcrumbs</i>).	Dentro da navegação do produto MarcaData, a aba onde nos localizamos fica saliente através de um “recorte” nesta aba.		
33	Em algum momento, durante sua navegação pelo sistema, você se perdeu, utilizou o botão de “voltar” ou mesmo teve de ir para a home page para conseguir encontrar aquilo que procurava? Porque isto aconteceu? O que poderia ser mudado para que isto não acontecesse mais?	Isto ocorreu após fazer uma busca e após entrar no link fale conosco.		
34	Há uma busca no sistema?	Sim, há uma busca no sistema, na seção superior, referente à LocaWeb		
35	A busca funciona e os resultados apresentados são fáceis de se utilizar?	Fiz uma referente ao MarcaData que é o produto analisado e , infelizmente, a busca não me o		

		trouxe!		
36	A busca está numa posição ideal e fácil de usar? (geralmente no canto superior direito?)	Sim a busca fica localizada no canto superior direito		
37	A busca permanece no mesmo lugar quando navegamos ou ela muda de lugar (ou mesmo desaparece)? (Como posso procurar)	A busca permanece no local		
38	O sistema, em algum momento, travou ou apresentou algum problema técnico (javascript, flash, erro de compilação, etc...)? Este problema atrapalhou o uso do sistema?	Não ocorreu nenhum erro de sistema quando da minha navegação		
39	O sistema tem áreas em construção ou que simplesmente não carregam?	Não identifiquei áreas que atendam a estes critérios negativos.		
40	O sistema “carrega fácil” ou é demorado?	Sim a carga é rápida.		
41	Há alguma forma de contato /suporte no sistema? Qual?	No canto superior direito, acima do menu principal da LocaWeb há um discreto menu que permite um “fale conosco”		
42	O contato está funcionando?	Não é disponibilizado formulário de contato, mas apenas telefones. Para clientes é possibilitado chat através de identificação. (funciona, pois sou cliente da LocaWeb)		
43	O sistema permite ao usuário o compartilhamento de informações com as redes sociais? Quais?	No que se refere ao MarcaData, na apresentação do slide-show, onde informa as funcionalidades do produto, há um slide que menciona a possibilidade de publicar a agenda no Facebook assim como a utilização de ferramentas de divulgação integradas ao Twitter e WordPress		
44	O sistema permite ao usuário comentar as informações disponibilizadas? É necessário realizar login para isso? (Interação: Utilização de ferramentas criativas que permitem a participação do consumidor)	Não o sistema não permite o usuário comentar as informações. Há alguns depoimentos de clientes que foram escolhidos e propositadamente inseridos na primeira página(aba) do produto.		

45	O sistema permite que o usuário envie as informações disponibilizadas para outros usuários? De que forma?	Não identifiquei esta funcionalidade.		
46	O sistema permite que o usuário receba, de alguma forma, as atualizações? (<i>Podcast, Widgets, RSS, SMS, E-mail, etc....</i>)	Sim há uma integração, no que se refere ao produto MarcaData, do usuário ser informado quando houve marcações, através de e-mail. Há também uma sincronização bilateral com o google Agenda.		
47	O sistema permite algum tipo de personalização por parte do usuário? (<i>Personalização: Oferecer o que o seu consumidor quer e da maneira que ele deseja</i>)	O site não é personalizável, mas o produto MarcaData, sim. Pode-se sincronizar compromissos com o google agenda, podem ser criadas diferentes agendas para os colaboradores, pode-se definir níveis de acessos diferenciados, os serviços podem ser categorizados, pode-se definir o tempo de antecedência necessária para marcar, desmarcar ou adiar um compromisso.		
48	O sistema permite que o usuário envie ou sugira conteúdos? (<i>Conteúdo dinâmico e Colaboração: O cliente indica, opina, comenta e cria seu próprio conteúdo</i>)	No site há um espaço para envio de sugestões.		
49	Em sua opinião o sistema é adequado à web 2.0? (<i>preencha apenas se seu sistema for web</i>)	Apesar de não haver grandes interações no site, o produto em si permite várias interações como as citadas nos itens 47 e 48		

De modo geral, baseando-se nas respostas acima, identifique os principais pontos positivos e negativos do sistema analisado, apresentando sugestões de alterações.

Pontos Positivos:

O Site apresenta as funcionalidades do produto de forma clara e objetiva. Antes da dobra, sabe-se do que se trata, o equilíbrio é atingido através da aproximação e uma boa utilização dos espaços brancos entre os grupos.

Pontos negativos:

Apesar destes pontos positivos, o site não é atraente, não traz novidades e nada que surpreenda o visitante. Não há nenhum convite ao retorno, uma vez que o conteúdo é estático, não ofertando motivações pra uma nova visita, a não ser que se tenha interessado pela compra do produto.

Faça um rascunho do mapa de navegação do sistema analisado (estruturação do conteúdo). É importante que sua estrutura contenha o fluxo de navegação do sistema que analisou

Saiba mais sobre como construir mapas de navegação em <http://iainstitute.org/pt/translations/000332.html>

Exemplo:

Sistemas de navegação



